

**STRATEGI BISNIS USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
SEKTOR INFORMAL
(Studi Kasus Pada Usaha Mikro Campina Scoop Counter Di Gresik)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh gelar Sarjana
pada FISIP UPN "Veteran" Jawa Timur**



Oleh :

**FIRDAUS NAUFAL
0642010103**

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2011**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran ALLAH SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini dengan baik dan tepat waktu. Dengan ini penulis mengambil judul dalam penyusunan proposal penelitian yaitu Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Informal Di Gresik (Studi kasus Usaha Mikro Campina Scoop Counter)

Pada kesempatan ini tak lupa penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dukungan dalam penyusunan proposal ini. Terutama sekali penulis ucapkan terima kasih kepada Dr.Jojok D, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis sehingga proposal ini dapat terselesaikan. Selain itu penulis juga menyampaikan terima kasih atas segala bantuannya kepada :

1. Ibu Hj. Suparwati, Dra, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Nurhadi, Drs, M.Si. selaku PLH. Kaprodi sekretaris program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Kedua orang tua penulis, atas segala doa, dorongan, semangat dan juga kasih sayang serta kesabaran yang tiada henti dalam mendukung menyelesaikan proposal penelitian ini.
4. Bapak Taufik Arizal selaku pemilik CSC Ahmad Yani, Bapak Syafiudin pemilik CSC Kemuteran dan Ibu Yulianti pemilik CSC Arief Rahman Hakim yang sudah

meluangkan waktunya untuk membantu memberi data dalam penyusunan laporan ini

Dalam penyusunan proposal penelitian ini, penulis menyadari masih ada kekurangan baik dalam segi teknis maupun segi materi penyusunannya, untuk itu penulis senantiasa bersedia dan terbuka menerima saran maupun kritik yang tentunya bersifat membangun dalam penyempurnaan proposal penelitian ini.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih, serta besar harapan dari penulis semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Juni 2011

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....i

DAFTAR ISI.....iii

DAFTAR GAMBAR.....vi

BAB I	PENDAHULUAN.....	1
1.1	Latar Belakang.....	1
1.2	Fokus Penelitian.....	4
1.3	Perumusan Masalah.....	5
1.4	Tujuan Penelitian.....	5
1.5	Kegunaan Penelitian.....	5

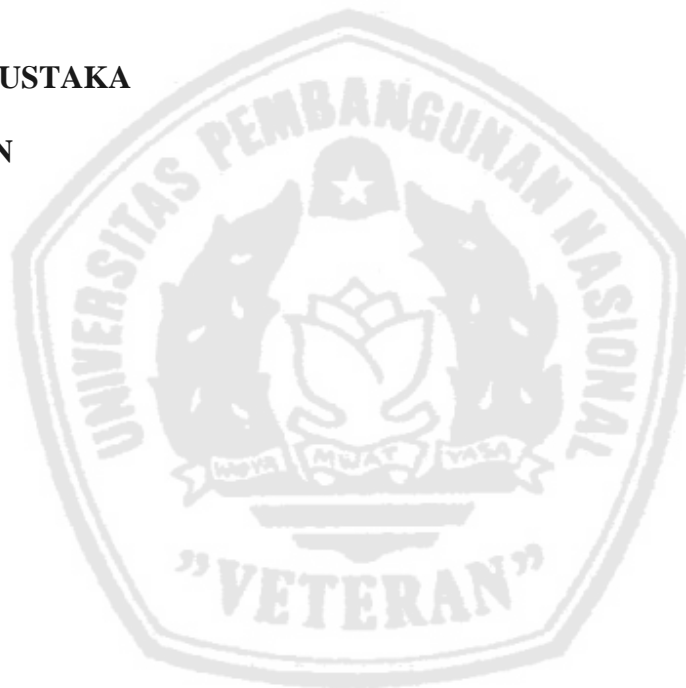
BAB II	KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1	Tinjauan Pustaka.....	6
2.1.1	Usaha Mikro Kecil Menengah.....	6
2.1.1.1	Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah.....	8
2.1.1.2	Kriteria Usaha Kecil dan Menengah Berdasarkan Perkembangan.....	10
2.1.1.3	Keunggulan dan Klelemahan Usaha Kecil Menengah.....	11
2.1.1.4	Hakikat, Bentuk dan Jenis Usaha Mikro Kecil Menengah.....	14
2.1.2	Manajemen Strategi.....	15
2.1.3	Strategi Fungsional.....	18

2.1.4	Analisis SWOT.....	27
2.1.5	Penjualan.....	33
2.1.5.1	Proses Penjualan.....	34
2.1.5.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	35
2.1.6	Profit.....	37
2.2	Kerangka Berfikir.....	39
BAB III	METODE PENELITIAN.....	43
3.1	Metode Penelitian.....	43
3.2	Batasan Masalah Penenelitan.....	46
3.3	Lokasi Penelitian.....	47
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	47
3.5	Subyek dan Informan Penelitian.....	49
3.6	Teknik Pengumpulan data.....	49
3.7	Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	58
4.1.1	Usaha Mikro Sektor Informal Campina Scoop Counter di kota Gresik secara umum.....	61
4.2	Hasil Penelitian.....	62
4.2.1	Penyajian Data.....	62
4.3	Pembahasan.....	71
4.3.1	Campina Scoop Counter jalan Ahmad Yani.....	71

4.3.2	Campina Scoop Counter jalan Arief Rahman Hakim.....	74
4.3.3	Campina Scoop Counter jalan Kemuteran.....	77
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



STRATEGI BISNIS USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH

SEKTOR INFORMAL

(Studi Kasus Pada Usaha Mikro Campina Scoop Counter Di Gresik)

Oleh:

FIRDAUS NAUFAL

ABSTRAKSI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok salah satu pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi (<http://www.depkop.go.id/>) dan juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran. Itu artinya, usaha mikro yang memiliki omset penjualan kurang dari satu milyar, dan usaha kecil memiliki omset penjualan pada kisaran satu milyar, serta usaha menengah dengan omset penjualan di atas satu milyar pertahun, memiliki peran yang sangat besar dalam proses pembangunan bangsa ini.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang dapat diamati. Dalam penelitian ini digunakan 3 responden dengan menggunakan wawancara mendalam. Dimana responden ini diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling.

Dari hasil strategi bisnis usaha mikro kecil dan menengah sektor informal (studi kasus usaha mikro Campina Scoop Counter di kota Gresik) yang diamati dalam penelitian menunjukkan bahwa didalam mengelola keuangan, para pemilik atau owner Campina Scoop Counter masih melakukan pencatatan keuangan secara tradisional (manual) dalam artian mereka belum memisahkan antara keuangan pribadi dan usaha. Dari sisi strategi produksi, para pedagang kurang berusaha melakukan inovasi pada menu yang mereka sajikan kepada konsumen. Dalam aspek pemasaran, para pedagang lebih bersikap pasif dalam memasarkan produk mereka. Sedangkan didalam sumber daya manusia merekrut tenaga kerja, mereka mengambil tenaga kerja dari anggota keluarga mereka sendiri dan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi maka dianalisis menggunakan analisis SWOT yang singkatan dari *Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats* yang dalam bahasa Indonesia artinya adalah kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman

Kata Kunci :Strategi Bisnis yang meliputi Pemasaran, Produksi, MSDM, Keuangan dan Analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, usaha kecil selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan yang penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Usaha kecil yang merupakan salah satu pilar perekonomian nasional, akhir-akhir ini banyak mendapat perhatian. Hal ini disebabkan karena kemampuannya bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi dan menyerap tenaga kerja sangat membantu kelangsungan roda perekonomian di negara kita.

Sektor informal merupakan unit usaha kecil maka modal yang diperlukan juga kecil bahkan sistem pengolahannya sangat sederhana. Meskipun dengan modal kecil tersebut orang-orang yang bekerja di sektor informal mampu mempertahankan hidupnya.

Karena usaha kecil dianggap masyarakat mampu untuk membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat yang bergerak dibidang sektor informal, maka masyarakat mulai berpikir untuk menjalankan usaha kecil yang memiliki inovasi dalam menjalankan kegiatan bisnis usaha kecilnya. Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM adalah suatu kegiatan ekonomi yang memiliki basis dari kalangan masyarakat dengan keterjangkauan modal yang minim. Beberapa karakter untuk UMKM : Pertama, sebagian besar UMKM

menghasilkan barang-barang konsumsi (*consumer goods*) khususnya yang tidak tahan lama (*non-durable consumer goods*). Kelompok barang ini dicirikan bila seandainya terjadi peningkatan pendapatan masyarakat, permintaan terhadap barang ini tidak meningkat banyak, begitu juga sebaliknya jika pendapatan masyarakat merosot sebagai akibat dari krisis maka permintaan pun tidak berkurang banyak. Kedua, mayoritas usaha kecil lebih mengandalkan pada pembiayaan non-banking dalam aspek pendanaan usaha. Saat perbankan terpuruk akibat krisis, usaha kecil ini tidak terpengaruhi. Ketiga, umumnya usaha kecil melakukan spesialisasi yang ketat yaitu hanya memproduksi barang atau jasa tertentu saja (kebalikan dari konglomerasi).

Saat ini UMKM mengarah pada pasar persaingan sempurna, di mana kondisi keluar masuk pasar kerap terjadi. Spesialisasi dan struktur pasar tersebut membuat UMKM cenderung fleksibel dalam memilih dan berganti usaha. Keempat, terbentuknya usaha kecil informal baru akibat banyaknya pemutusan hubungan kerja di masa-masa krisis. Selain itu, daya tahan UMKM tercipta karena mereka tidak banyak memiliki ketergantungan pada faktor eksternal seperti utang dalam valuta asing dan bahan baku impor dalam melakukan kegiatan usahanya karena umumnya UMKM menggunakan bahan baku dari sumber alam lokal.

Semakin banyaknya UMKM mengakibatkan ketatnya persaingan membuat pelaku bisnis yang lebih unggul, dituntut untuk terus berinovasi agar tetap mampu bertahan menghadapi persaingan. Oleh karena itu, penyesuaian diri pelaku bisnis terhadap perkembangan keadaan mutlak

diperlukan tidak hanya itu terbukanya pasar di dalam negeri yang juga merupakan ancaman bagi UMKM dengan semakin banyaknya barang dan jasa yang masuk dari luar akibat dampak globalisasi, manajemen membutuhkan suatu strategi yang terpadu untuk menghadapi persaingan agar dapat mengantisipasi dampak dari suatu kejadian dan mampu bertindak proaktif atau inovatif untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing yang dapat dilakukan dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat.

UMKM yang ada di kota Gresik bergerak pada agen-agen koran, kedai kopi, percetakan dan sablon, pedagang kaki lima, mebel dan lain lain. Tetapi pada penelitian ini objek penelitiannya adalah UMKM yang bergerak pada Usaha Mikro Sektor Informal yaitu Campina Scoop Counter yang berada di kota Gresik.

Meskipun keberadaan Usaha Mikro Sektor Informal tersebut kelihatan kurang tertata akan tetapi Usaha Mikro Sektor Informal juga banyak membantu masyarakat atau konsumen yang hendak membeli es krim dengan harga yang relatif lebih terjangkau. Tidak hanya itu, kehadiran Campina Scoop Counter juga bisa membantu pemerintah dalam mengurangi pengangguran dan peningkatan pendapatan masyarakat ekonomi kelas menengah ke bawah.

Campina Scoop Counter yang berada di berbagai daerah kota Gresik melayani penjualan produk es krim dengan merek Campina, yang penyajiannya dengan cara *scooping* ke dalam wadah tertentu (cone, waffle, cup, maupun wadah yang lain) dan dapat diolah menjadi menu yang berbahan

dasar es krim. Campina Scoop Counter ini termasuk salah satu usaha kecil menengah yang keberadaannya semakin banyak dan berkembang di berbagai jalan kota Gresik, hal ini mengakibatkan para pengusaha melakukan strategi bisnis masing-masing agar konsumen mau dan suka membeli es krim dan aneka makanan lain di counter tempat pedagang menjual produknya. Pemberian pelayanan pada konsumen, harga yang terjangkau, tempat yang strategis merupakan hal-hal yang diperhatikan konsumen dalam memilih tempat yang cocok dan sesuai, sehingga konsumen merasa puas dan pengusaha dapat bersaing dengan perusahaan lain dalam memasarkan makanannya.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas maka penulis ingin mengetahui bagaimana strategi bisnis yang dilakukan Usaha Mikro Sektor Informal Campina Scoop Counter yang berada di kota Gresik, khususnya CSC yang berada di Jalan Ahmad Yani, Jalan Arief Rahman Hakim, dan Jalan Kemuteran.

1.2 Fokus Penelitian

Sebagai situasi sosial, pada Jalan Ahmad Yani, Jalan Arief Rahman Hakim, dan Jalan Kemuteran di Gresik yang ditetapkan sebagai tempat (*place*) terdapat (*actor*) yang menjual (*activity*), es krim dan aneka makanan lainnya, fokus penelitian diarahkan pada strategi bisnis yang dilakukan oleh (*owner*) Campina Scoop Counter di kota Gresik.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang didepan, maka perumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

” Bagaimanakah Strategi Bisnis yang dilakukan *Owner* CSC Jalan Arief Rahman Hakim, CSC Jalan Ahmad Yani, dan CSC Jalan Kemuteran di kota Gresik? ”

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut:

” Untuk mengetahui dan menganalisis Strategi bisnis yang dilakukan *Owner* CSC Jalan Ahmad Yani, CSC Jalan Arief Rahman Hakim, dan CSC Jalan Kemuteran di kota Gresik”.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Sebagai masukan bagi perusahaan (*Owner*) dalam meningkatkan kinerjanya, serta sebagai referensi dalam pengambilan keputusan bisnis.
2. Sebagai referensi peneliti selanjutnya khususnya Ilmu Administrasi Bisnis yang berkaitan dengan UMKM sektor informal.
3. Sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya yang mengambil topic sejenis.